

PERAN PROMOSI EKSPOR *INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTRE (ITPC)*
CHICAGO DALAM PERDAGANGAN BILATERAL INDONESIA – AMERIKA
SERIKATTAHUN 2009-2014

Oleh :

Athfinda Widi Hapsari¹

Halifa Haqqi ²

Abstract

This research entitled “the role of export Promotion by Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC) Chicago in bilateral trade between Indonesia – United States in 2009-2014”. This research is motivated by the declining number of Indonesian non-oil exports to the United States after the global economic crisis that hit the US causing the Indonesian government in this case the Ministry of Commerce had to intervene to deal with this situation because the US is a large market share for Indonesian exporters. The research method used is descriptive qualitative, where the researcher describe and outline the relevant data in the study and then the data for the subsequent reduction is presented and verified in order to obtain valid result related research , data collection techniques using interviews and literature study, data sources using primary and secondary. From these results it can be concluded that the Indonesian Trade Promotion Centre is the representative body of the Ministry of Commerce of the Republic of Indonesia abroad, which aims to help bridge the trade relations between Indonesia and destination countries placement (Chicago, USA) was instrumental in improving Indonesia-US bilateral trade in 2009-2014. Proven with rising trade balance Indonesia's non-oil exports to the US in 2009-2014.

Key Word : *Indonesian Trade Promotion Centre Chicago, Promotion, Bilateral Trade, non-petroleum*

Pendahuluan

Semenjak kemerosotan harga minyak dunia pada tahun 1986, Pemerintah Indonesia berupaya keras untuk mendorong pengembangan ekspor non migas. Tujuan ekspor Indonesia terutama untuk produk nonmigas didominasi oleh lima negara, antara lain China dengan nilai ekspor US\$21,5 miliar, Jepang US\$ 18,3 miliar , Amerika Serikat US\$ 15,6 miliar, India US\$ 13,2 miliar dan Singapura US\$ 11,1 miliar (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2012).

Namun bila dilihat dari total surplus perdagangan Internasional Indonesia, ternyata perdagangan yang mampu memberikan surplus terbesar bagi perekonomian Indonesia adalah perdagangan Indonesia dengan Amerika Serikat. Dalam hubungan dagang, AS merupakan mitra dagang terbesar ketiga bagi Indonesia setelah Cina dan Jepang. Neraca perdagangan Indonesia terhadap

Amerika Serikat menunjukkan nilai yang positif. Ekspor nonmigas yaitu karet, tekstil dan pakaian jadi, alas kaki dan elektronik mendominasi komoditas Indonesia yang dikirim ke AS.

Total ekspor Indonesia ke Amerika Serikat mengalami peningkatan yang cukup memadai dari tahun ke tahun, misalnya saja pada tahun 2008 , ekspor Indonesia ke Amerika mengalami kenaikan sekitar 10, 47 % dibandingkan dari tahun sebelumnya. Tetapi kemudian pada tahun 2009 mengalami penurunan sebanyak 19,27 % yaitu sebesar US\$ 11.790,28 juta, dibanding periode yang sama tahun 2008 yang tercatat US\$ 14.604,08 juta (www.kemendag.go.id) . Ekspor Indonesia mengalami penurunan sebagai dampak dari krisis ekonomi di Amerika Serikat.

Krisis ekonomi yang awalnya melanda AS pada tahun 2007 dan mencapai puncaknya pada tahun 2008 tersebut semakin lama semakin merambat menjadi krisis ekonomi global. Karena

¹ Penulis

² Pembimbing

memang perekonomian di dunia ini saling terhubung satu sama lainnya, peristiwa yang terjadi di suatu tempat akan berpengaruh di tempat lainnya, termasuk Indonesia juga ikut merasakan dampak krisis ekonomi global yang menyebabkan pada menurunnya ekspor Indonesia ke Amerika Serikat.

Berbagai antisipasi untuk mengatasi dampak krisis ekonomi global ini mulai dicetuskan oleh pemerintah, salah satunya adalah Kementerian Perdagangan melalui perwakilan dagangnya yaitu *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) mulai bergerak untuk menstabilkan kuota ekspor Indonesia ke Negara Amerika Serikat mengingat bahwa Amerika sendiri merupakan pangsa pasar yang cukup menggiurkan bagi Indonesia karena kurs dollarnya yang tinggi.

ITPC sendiri sudah ada sejak tahun 1982 dan sempat vakum untuk beberapa lama, tetapi kemudian mulai diaktifkan kembali pada tahun 2000 oleh Ditjen Pengembangan Ekpor Nasional (PEN) Kementerian Perdagangan. ITPC sebagai lembaga perwakilan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia merupakan lembaga negara yang beroperasi dibawah naungan Konsulat Jenderal Republik Indonesia bertujuan untuk membantu menjembatani hubungan dagang antara Indonesia di negara penempatan.

Di negara Amerika sendiri di tempatkan dua ITPC yaitu di Chicago dan Los Angeles. Pada penelitian akan membahas bagaimana efektivitas ITPC yang berada di Chicago untuk meningkatkan kuota ekspor Indonesia ke Amerika pasca krisis moneter yang melanda Amerika pada tahun 2008. ITPC Chicago sendiri mulai berdiri pada tahun 2009 dengan Hotmida Purba sebagai Ketuanya dan Bambang Hendiswara sebagai wakilnya. Kemudian digantikan oleh Reza Pahlevi Choirul pada tahun 2012. Dan pada tahun 2014 sampai saat ini Ketua ITPC Chicago dipegang oleh Wijayanto.

Peneliti memilih ITPC yang ditempatkan di Chicago karena letaknya yang berdekatan dengan Washington DC, pusat Pemerintahan Amerika Serikat. Karena menurut peneliti dengan jarak yang berdekatan dengan pusat Pemerintahan,

maka akan lebih memudahkan mempengaruhi aktor state untuk pengambilan keputusan. Selain itu Chicago juga merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Amerika dengan lokasi yang strategis, pusat jasa dan komersial yang dinamis. Bagaimana Peran Promosi Ekspor ITPC Chicago dalam ekspor Non-Migas Indonesia - AS pada tahun 2009 - 2014 ?

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang artinya menggunakan keterangan – keterangan dan uraian-uraian berdasarkan argumen yang ada untuk menjelaskan hasil penelitian, disamping itu juga digunakan studi pustaka dengan maksud untuk memperoleh teori-teori yang relevan dengan masalah yang berkaitan dalam penelitian sehingga hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang Peran Promosi ITPC (*Indonesian Trade Promotion Centre*) Chicago dalam perdagangan bilateral Indonesia dengan Amerika Serikat pada tahun 2009-2014. Dalam hal ini ITPC merupakan perwakilan dagang Indonesia yang berada di Luar Negeri. Kemudian peneliti menindaklanjuti dengan memahami perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan ITPC Chicago dalam perdagangan Bilateral Indonesia dengan Amerika Serikat. Peneliti juga menjabarkan dan menguraikannya dalam bentuk kata-kata untuk kemudian dianalisis sehingga mendapatkan kesimpulan yang relevan dengan topik penelitian.

Penelitian ini menggunakan data-data primer dan sekunder. Dimana data-data primer merupakan data yang diambil dari hasil wawancara dan data sekunder merupakan data yang didapat melalui studi pustaka. Data Primer yang penulis peroleh berasal dari wawancara dengan Pejabat Ketua ITPC Chicago tahun 2013-2014 yaitu Bapak Reza Pahlevi Choirul serta mantan ketua ITPC Lyon bapak Bambang Hendiswara. Kemudian penulis juga melakukan wawancara dengan eksportir yang pernah melakukan pameran di AS yaitu dengan PT Elmas Natura yang

diwakili oleh Wilson MP Nainggolan yang bertindak sebagai Contact Person dari perusahaan. Dalam studi pustaka, penulis membaca literatur-literatur yang dapat menunjang penelitian, yaitu literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder yang penulis peroleh yaitu berupa data normative dari buku-buku, artikel, *web-site* internet yang terpercaya terkait dengan Peran promosi ekspor ITPC Chicago.

Kerangka dalam objek penelitian ini terkait dengan Peran Promosi *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) di Negara Chicago, Amerika Serikat. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah teknik wawancara. Wawancara dilakukan terhadap mantan ITPC Chicago yang diharapkan mampu menjelaskan bagaimana kegiatan – kegiatan promosi ekspor ITPC Chicago dari tahun 2009-2014. Dan studi pustaka mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan dengan kegiatan promosi ekspor ITPC Chicago. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll).

Teknik penentuan yang digunakan penulis adalah penulis memilih informan yang dipandang paling mengerti mengenai tugas promosi ekspor ITPC Chicago dalam perdagangan bilateral Indonesia-AS pada tahun 2009-2014. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan model analisa interaktif dimana data yang ada dikumpulkan untuk kemudian diolah secara sistematis. Dalam model analisis ini terdapat empat komponen dalam melakukan analisis yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data

Hasil Penelitian dan Pembahasan

ITPC (*Indonesian Trade Promotion Centre*) Chicago adalah lembaga perwakilan dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia di luar negeri, merupakan salah satu *state actor* yang bertujuan untuk membantu menjembatani hubungan dagang antara Indonesia dengan negara tujuan penempatan (Chicago, Amerika

Serikat). Latar belakang pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan Republik Indonesia membentuk ITPC Chicago adalah untuk meningkatkan ekspor barang dan jasa non migas Indonesia melalui kegiatan promosi, penetrasi pasar, pelayanan informasi pasar dan advokasi bisnis kepada pengusaha-pengusaha di AS. Alasan lain dibentuknya ITPC Chicago ini adalah untuk menstabilkan kembali *volume* ekspor Indonesia yang sempat turun karena krisis yang terjadi di AS pada tahun 2008.

Sebagai salah satu upaya dari promosi ekspor, pada tanggal 29 Juli 1982, pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan telah mendirikan kantor *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC), yang didasarkan pada Surat Keputusan Bersama (SKB) No. SKB.1016/OR/VII/82/01. *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) didirikan atas rekomendasi *Internasional Trade Center* (ITC) agar dibentuk kantor perwakilan di luar negeri sebagai perpanjangan tangan dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN). ITPC didirikan guna mengintensifkan terobosan pasar, membuka jaringan hubungan dagang, memfasilitasi dunia usaha dalam kegiatan promosi dan pemasaran di luar negeri.

Pembinaan ITPC secara administratif berada di bawah pembinaan Ditjen PEN Kementerian Perdagangan. Secara substantif ITPC berada dibawah pembinaan Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional (PEN), Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional (KPI), dan Ditjen Perdagangan Luar Negeri (PLN). Ketiga ditjen diatas bertugas melakukan supervisi dan evaluasi atas pelaksanaan tugas pokok dan fungsi ITPC di luar negeri. Kepala Badan Pengembangan Ekspor Nasional bertindak sebagai kuasa pengguna anggaran dan menetapkan keuangan yang akan digunakan dalam jalannya operasional ITPC seperti anggaran belanja operasional untuk pelaksanaan tugas ITPC. Kepala ITPC memegang kekuasaan tertinggi dan

bertanggungjawab terhadap pengelolaan Keuangan dan barang milik negara. Laporan Keuangan dan barang milik negara dilaporkan secara periodik setiap bulan dengan mengacu pada sistem akuntansi pemerintah dan sistem akuntansi barang milik negara kepada Menteri Perdagangan melalui Kepala Badan Pengembangan Ekspor Nasional

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 10/MDAG/PER/3/2010 pasal 3 mengenai tugas pusat promosi perdagangan Indonesia (*Indonesian Trade Promotion Centre*) di luar negeri adalah: (1) Melakukan pelaksanaan teknis kegiatan promosi perdagangan di luar negeri dalam rangka peningkatan ekspor komoditi barang dan jasa di luar minyak dan gas bumi; (2) Dalam rangka peningkatan ekspor, pelaksanaan tugas ITPC dilakukan melalui pengembangan pasar dan promosi perdagangan di luar negeri meliputi Penetrasi pasar, pelayanan informasi pasar, promosi, *market intelligence*, dan pelayanan kepada dunia usaha

Sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 dan pasal 4 Permendag no 10/MDAG/PER/3/2010 melakukan: (1) Penetrasi Pasar; (2) Pelayanan informasi Pasar; (3) Promosi ekspor; (4) Pelayanan kepada dunia usaha; (5) Pelaksanaan intelejensi bisnis; (6) Pengamatan terhadap kebijakan perdagangan di negara akreditas dan; (7) Penyusunan program kerja dan pengolahan tertib administrasi dan keuangan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada tugas ITPC yaitu Promosi Ekspor, seperti yang telah dijelaskan dalam pasal 3 Permendag 10/MDAG/PER/3/2010 dalam melaksanakan tugas pokok promosi ekspor *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) menyelenggarakan fungsinya yaitu sebagai berikut: (1) Partisipasi Pameran dagang Internasional; (2) Dukungan Promosi Pameran Dagang yang diselenggarakan di Indonesia; (3) Misi dagang dan misi pembelian; (4) *Permanent Trade Display* (PTD); (5) Promosi Katalog

1. Perdagangan Indonesia- AS

Amerika Serikat merupakan Negara terbesar keempat didunia dalam luas wilayahnya setelah Rusia, Canada dan Tiongkok dengan luas 9.826.675 persegi. Amerika Serikat adalah sebuah negara di Amerika Utara yang terdiridari 50 negarabagian. Kepadatan penduduknya rata-rata 29 orang per kilometer persegi yang merupakan Negara ketiga terbesar di dunia menurut jumlah penduduknya setelah Tiongkok dan India. Jumlah penduduk Amerika Serikat pada tahun 2012 adalah 313.914.040 jiwa, dengan GDP USD 15,78 triliun pada tahun 2012 (world bank, 2012).

Amerika Serikat telah menjadi salah satu Negara maju dan merupakan Negara adidaya di dunia yang menarik bagi para imigran dari berbagai macam suku bangsa di dunia, karena pertumbuhan ekonominya yang pesat. Beragam asal imigran tersebut membuka peluang untuk industry perdagangan global, karena berdampak positif dan signifikan bagi para importer untuk mendistribusikan dan menjual berbagai produknya. Memanfaatkan kesempatan ini, begitu banyak peluang bagi Negara berkembang, termasuk Indonesia untuk memasarkan atau meningkatkan pangsa pasar produknya di Amerika Serikat. Dalam penelitian ini, peneliti memilih ITPC Chicago selain karena Chicago sebagai kota dagang juga karena bisa di lihat dari tabel profil Amerika Serikat diatas bahwa jumlah populasi penduduk di Chicago lebih banyak jika dibandingkan dengan populasi penduduk di Los Angeles. Sehingga diharapkan dengan jumlah populasi penduduk yang banyak maka daya belinya juga akan tinggi.

Indonesia menjalin hubungan politik dan strategis yang cukup baik dengan Amerika Serikat (AS) terutama sejak Rezim Orde Baru berkuasa di Indonesia yaitu paruh kedua dekade 1960an dibawah kepemimpinan Soeharto. Orientasi politik luar negeri Indonesia di era orde baru adalah pembangunan ekonomi dalam negeri melalui kerjasama dengan negara lain. Pada era Soeharto ini politik Indonesia cenderung memihak ke Barat yaitu AS.

Soeharto menganggap bahwa dengan bekerjasama dengan negara Barat maka akan mendapatkan cukup modal untuk memperbaiki kondisi ekonomi dalam negeri

Dalam hubungan dagang Indonesia, AS merupakan mitra dagang terbesar ketiga bagi Indonesia setelah Cina dan Jepang. Neraca perdagangan Indonesia terhadap Amerika Serikat menunjukkan nilai yang positif dan terjadi surplus perdagangan. Total ekspor Indonesia ke AS terus mengalami peningkatan yang cukup memadai dari tahun ketahun tetapi kemudian *volume* ekspor Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2008 sebagai akibat dari krisis yang dialami oleh AS. Krisis global tahun 2008 yang berawal dari krisis keuangan Amerika Serikat terjadi karena banyak *default payment* dari instrumen *credit default swap* di pasar keuangan Amerika Serikat. *Subprime mortgage* merupakan istilah untuk kredit perumahan (*mortgage*) yang diberikan kepada debitur dengan sejarah kredit yang buruk atau belum memiliki sejarah kredit sama sekali, sehingga digolongkan sebagai kredit yang berisiko tinggi. Perkembangan perekonomian Indonesia tidak terlepas dari perubahan perekonomian negara lain dan dunia secara umum. Terjadinya krisis keuangan global di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 2008 telah memberikan dampak ke seluruh dunia dan secara tidak langsung juga berdampak ke Indonesia sehingga sektor-sektor perekonomian nasional juga terganggu. Pada saat terjadi krisis global, negara adidaya Amerika Serikat mengalami resesi yang serius, sehingga terjadi perlambatan pertumbuhan ekonomi yang selanjutnya menggerus daya beli masyarakat Amerika. Hal ini sangat mempengaruhi negara-negara lain karena Amerika Serikat merupakan pangsa pasar yang besar bagi negara-negara lain termasuk Indonesia. Penurunan daya beli masyarakat di Amerika menyebabkan penurunan permintaan impor dari Indonesia. Dengan demikian ekspor Indonesia pun menurun.

2. Kegiatan Promosi ITPC Chicago

Terkait dengan tugas ITPC sebagaimana dituliskan dalam Permendag no 10/MDAG/PER/3/2010, ITPC Chicago

pada tahun 2009-2014 melakukan beberapa upaya untuk mendongkrak ekspor non-migas Indonesia ke Amerika Serikat diantaranya adalah:

- a. Ikut serta dalam pameran dagang internasional: (1) *Specialty Coffee Association of America*; (2) *Summer Fancy Food Show*; (3) *Sourcing at magic*; (4) *International Casual Furniture & Accesories Market*
Tugas ITPC terkait dengan eksportir di Indonesia adalah bertindak sebagai pemberi informasi bagi eksportir Indonesia yang ingin mengikuti pameran di AS. Menurut hasil wawancara dengan PT Elmas Natura, salah satu eksportir furniture yang pernah beberapa kali mengikuti pameran di luar negeri khususnya di Chicago. Awal mula PT Elmas Natura mengikuti pameran di Chicago adalah karena mendapatkan informasi langsung dari ITPC Chicago.
- b. Dukungan terhadap Promosi Trade Expo Indonesia. *Trade Expo Indonesia* (TEI) adalah pameran perdagangan terbesar di Indonesia yang didukung oleh pemerintah dan sektor swasta. Pameran ini diadakan satu tahun sekali dan merupakan pameran dagang terbesar di Indonesia. Pesertanya dihadiri oleh pengusaha-pengusaha dari seluruh negara di dunia. bertujuan untuk meningkatkan citra Indonesia secara internasional melalui potensi sumber daya alam, kreativitas dan budaya yang diterjemahkan ke dalam berbagai produk berkualitas, kompetitif dan dengan standar internasional. Begitu arti pentingnya TEI terhadap perdagangan Indonesia sehingga dibutuhkan koordinasi dari semua pihak demi kelancaran berjalannya TEI. Salah satunya adalah promosi TEI di luar negeri (Chicago, AS) yang dilakukan oleh ITPC Chicago. ITPC Chicago mempromosikan TEI pada setiap kesempatan yang ada misalnya dalam kunjungan-kunjungan bisnis, pameran internasional dan survei pasar.
- c. Melakukan misi dagang dan misi pembelian. Misi dagang adalah kegiatan mempertemukan calon *buyer* di suatu daerah (dalam hal ini pembeli

asing dari luar negeri) dengan calon *supplier* dari Indonesia agar dicapai sebuah kesepakatan bisnis.

Beberapa misi dagang yang dilakukan oleh ITPC Chicago adalah: (1) Misi dagang *city of Galesburg*; (2) Misi dagang khusus untuk produk makanan dan minuman yang diselenggarakan oleh Kementerian Republik Indonesia di New York dengan tema “ *Taste Remarkable Indonesia*”; (3) *Louisiana Foodservice and Hospitality Expo* ke-61

Penyelenggaraan ITPC dalam misi perdagangan ini sangat membantu ITPC untuk melaksanakan tugas tugasnya sebagai agen promosi karena dalam misi dagang ini ada pertemuan bilateral dan forum bisnis antara pengusaha Indonesia dan AS. Selain untuk lebih mempererat hubungan bisnis antar pengusaha, forum dalam misi dagang ini juga membahas upaya peningkatan hubungan perdagangan sekaligus ajang promosi investasi bagi Indonesia, Chicago maupun Amerika Serikat.

Misi pembelian merupakan suatu kegiatan dimana pengusaha datang ke negara lain dengan tujuan untuk membeli produk yang dihasilkan negara tersebut sesuai kebutuhan mereka. Program misi pembelian ini dapat membantu *buyer* maupun calon *buyer* untuk memperoleh rekomendasi perusahaan yang tepat sebagai tambahan referensi dalam misi pembelian. Beberapa misi dagang yang dilakukan oleh ITPC Chicago. Pada Februari 2014, perusahaan AS Central Seaway Company Inc (Censea) menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) dengan PT Indokom Samudera Perkasa. Program misi pembelian ini menjadi platform efektif bagi eksportir dan produsen Indonesia untuk mengembangkan bisnis sekaligus menegaskan Indonesia sebagai negara pemasok utama di pasar global. program misi pembelian ini dapat membantu buyer maupun calon buyer untuk memperoleh rekomendasi perusahaan yang tepat sebagai tambahan referensi.

- d. *Permanent Trade Display* (PTD) adalah suatu ruangan khusus di Kantor

ITPC Chicago yang berisikan *sample* berbagai jenis produk dari *eksportir* Indonesia. Sehingga importir yang berkunjung ke Kantor ITPC Chicago dapat melihat serta mengamati secara langsung berbagai macam produk ekspor Indonesia di Ruang *display permanent*. Kegiatan dalam *Display Product*: (1) Penyebaran form / katalog display produk; (2) Seleksi produk; (3) Pembagian zona display dan desain tampilan; (4) Pengaturan penggantian produk per 3 (tiga) bulan. Kantor ITPC yang dilengkapi ruang khusus berisikan *sample* produk unggulan ekspor Indonesia ini tentu saja mempunyai tujuan untuk meningkatkan ekspor serta mempermudah para *importir* dari AS untuk melihat produk-produk Indonesia tanpa harus datang jauh-jauh ke Indonesia di luar penyelenggaraan pameran dagang.

- e. Promosi Katalog. Selain menyediakan ruangan khusus yaitu *Permanent Trade Display* (PTD) di kantor ITPC, ITPC Chicago juga membuat katalog berisikan produk unggulan ekspor Indonesia, katalog juga berisikan mengenai tugas pokok ITPC. Untuk selanjutnya katalog-katalog yang sudah dibuat ini akan didistribusikan kepada para *importir* dan *buyers*. Penyebaran katalog biasanya dilakukan ketika pameran-pameran dagang sedang berlangsung, selain itu katalog juga disediakan di Kantor ITPC Chicago yang akan diberikan pada calon *buyers* yang datang ke kantor ITPC Chicago. Hal ini merupakan bentuk edukasi terhadap calon *importir* dari AS terhadap produk-produk Indonesia.
- f. **Evaluasi Peran ITPC Chicago.** ITPC sebagai agen promosi yang ditunjuk oleh Kementerian Perdagangan melaksanakan tugas promosi ekspor dengan melaksanakan fungsi-fungsinya yaitu: (1) Melakukan promosi ekspor dengan ikut serta dalam Pameran dagang Internasional yang diadakan di Amerika Serikat (Pameran Furniture, Batik, Makanan, Kopi, Tekstil & Produk Tekstil); (2) Berkolaborasi dengan Atase Perdagangan AS maupun ITPC Los

Angeles untuk mempromosikan *Trade Expo Indonesia* (Pameran dagang terbesar di Indonesia dan diikuti oleh seluruh negara di dunia) yang diadakan satu tahun sekali: 93) Melakukan misi pembelian dan misi pembelian; (4) *Permanent Trade Display* (PTD); (5) Promosi menggunakan katalog

Salah satu indikator yang dapat mengukur berperan atau tidaknya *Indonesian Trade Promotion Centre* dalam perdagangan bilateral Indonesia dan Amerika Serikat adalah melalui neraca perdagangan. Neraca perdagangan merupakan data yang menunjukkan perbandingan jumlah ekspor – impor suatu negara dengan negara lainnya. Neraca perdagangan yang positif berarti negara tersebut mengalami ekspor yang nilai monitornya melebihi impor dan biasa disebut dengan surplus perdagangan. Sementara itu , jika neraca perdagangan menunjukkan kondisi negatif artinya nilai moneter impor melebihi ekspor, dan disebut dengan defisit perdagangan.

Neraca perdagangan Indonesia dengan Amerika Serikat tahun 2010-2014 di atas , total Perdagangan non-migas Indonesia ke Amerika Serikat sejak dibentuknya ITPC Chicago pada tahun 2009 hingga tahun 2014 mengalami naik turun (tidak stabil). Pada tahun 2011 yakni tercatat total perdagangan non-migas Indonesia dengan AS sebesar US\$ 26,381 milyar yaitu naik sekitar 15,2% dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat US\$ 22,625 milyar. Sedangkan untuk tahun-tahun selanjutnya mengalami penurunan walaupun tidak drastis.

Dilihat dari total perdagangan non-migas yang tidak stabil dari tahun 2010-2014, belum terlihat hasil yang baik dari peran promosi yang dilakukan ITPC .Berbeda hal jika dilihat dari total ekspor non-migas Indonesia ke Amerika Serikat dari tahun 2010-2014, karena memang fokus dari penelitian ini adalah tugas ITPC dalam ekspor perdagangan non-migas ,terus mengalami peningkatan. Dari tahun 2010 tercatat total ekspor non-migas sebesar US\$ 13,326 meningkat menjadi US\$ 15,684 pada tahun 2011. Kecuali pada tahun 2012 yang hanya US\$ 14,590. Tetapi kemudian terus meningkat di tahun 2013

yang tercatat sebesar US\$ 15,081 dan meningkat lagi pada tahun 2014 sebesar US\$ 15,856.

Berhubungan dengan latar belakang pemerintah membentuk *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) adalah untuk meningkatkan ekspor barang dan jasa non-migas Indonesia , maka skala yang digunakan untuk mengukur berperan atau tidaknya ITPC Chicago dalam perdagangan bilateral Indonesia dengan AS adalah jumlah ekspor non-migas Indonesia dengan AS selama tahun 2010-2014. Dari tabel tersebut diatas jumlah ekspor non-migas Indonesia ke AS terus mengalami peningkatan sehingga dapat disimpulkan bahwa ITPC Chicago sebagai agen promosi produk non-migas Indonesia di AS sangat berperan dalam perdagangan bilateral Indonesia dengan AS dari tahun 2009-2014.

Penutup

Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC) Chicago memberikan kontribusi terhadap perdagangan bilateral Indonesia – AS. ITPC Chicago mampu menjembatani hubungan *buyers* dan *supplier* Indonesia dengan negara tujuan penempatan (Chicago, Amerika Serikat). Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan selama ITPC Chicago bertugas seperti Pameran, dukungan promosi pameran dagang yang diselenggarakan di Indonesia (TEI) , misi dagang & misi pembelian, *Permanent Trade Display* (PTD) serta promosi katalog memiliki keefektifan dalam mendorong ekspor Indonesia ke AS pasca krisis yang melanda AS. Hal tersebut bisa terlihat dari *volume* neraca perdagangan ekspor Indonesia dan AS yang meningkat setiap tahunnya kecuali pada tahun 2012.

Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC) Chicago sebagai lembaga perwakilan dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia di luar negeri mampu (berperan) dalam perdagangan bilateral Indonesia dan AS pada tahun 2009-2014. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya ITPC Chicago tidak hanya bekerja sendiri melainkan berkolaborasi dengan pejabat perwakilan Indonesia di luar negeri lainnya seperti KJRI Chicago, KJRI New York, Atase Perdagangan maupun ITPC Los Angeles. Melalui *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) Chicago ,

hubungan Indonesia dan AS semakin bergerak menuju kerah yang positif , khususnya dalam sektor perdagangan yang terlihat dari kenaikan volume ekspor neraca perdagangan

Daftar Pustaka

- Daniels, JD, LH Radebaugh, and DP Sullivan. 2007. *International Business: Environment and Operations*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Chapter 6: Business-Government Trade Relations
- Reza Pahlevi Choirul, 2013 *Market Brief Kopi Chicago*, Jakarta
- Ganewati Wuryandari, 2008. *Politik Luar Negeri Indonesia di tengah pusaran domestik*
- Alejandro jara, Ramon moreno and camilo tovar ,2009 *The global crisis and Latin America: finansial impact and policy responses*
- William C. Lesch, Abdolreza Eshghi, and Golpira S. Eshghi, "A Review of Export Promotion Programs in the Ten Largest Industrial States," in S. Tamer Cavusgil and Michael R. Czinkota, eds. *International Perspectives on Trade Promotion and Assistance* (New York: Quorum Books, 1990), pp. 25-37